

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 14.01.2026 12:36:42
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

по дисциплине

Б.1.В.04 1С:Предприятие (отраслевые решения)
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Маркетинг
(наименование образовательной программы)

бакалавр
(квалификация)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

*Литвак Елена Геннадиевна, канд. экон. наук, доцент кафедры
информационных технологий*

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «1С Предприятие (отраслевые решения)»

1.1. Основные сведения об дисциплине

Таблица 1

**Характеристика дисциплины
(сведения соответствуют разделу РПД)**

Образовательная программа	бакалавриата
Направление подготовки профиль	38.03.02 Менеджмент, «Маркетинг»
Количество разделов учебной дисциплины	3
Дисциплина по выбору вариативной части образовательной программы	Б1.В.04
Формы контроля	Индивидуальные задания, индивидуальный опрос.
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	7
<i>Общая трудоемкость (академ. часов)</i>	108
<i>Аудиторная работа:</i>	58
практических	56
консультации	2
<i>Самостоятельная работа</i>	50
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	Зачет с оценкой

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
П- 8.6	Демонстрирует навыки использования корпоративных информационных систем	Знать:	
		Общую структуру и функции CRM-систем.	ПК-8.6-З -1
		Классы задач, решаемых при помощи CRM-систем.	ПК-8.6-З -2
		Компоненты CRM-решений.	ПК-8.6-З -3
		Уметь:	
		Ориентироваться в подсистемах CRM-системы	ПК-8.6-У-1
		Выбирать функции CRM-системы под отдельные задачи	ПК-8.6-У-2
		Выстраивать бизнес-процесс на основе CRM-системы	ПК-8.6-У-3
		Владеть:	
		Методами выстраивания бизнес-процессов на основе CRM-системы	ПК-8.6-В-1
		Методами мониторинга качества работы с клиентами на основе CRM-системы	ПК-8.6-В-2

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/ п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Этапы формирова- ния компетенц- ий (номер семестра)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Общая структура CRM-системы				
1.	Тема 1.1 История отношений с клиентами и обмен информацией между сотрудниками"	5	ПК-8.6 З-1	Устный опрос
2.	Тема 1.2 Бизнес-процессы компании"	5	ПК-8.6 З-2	Устный опрос
3	Тема 1.3 Мониторинг качества работы с клиентами	5	ПК-8.6 З-1 У-1	Устный опрос
4	Тема 1.4 Управление качеством	5	ПК-8.6 З-2 У-2	Устный опрос
Раздел 2. Функциональность CRM-систем				

5	Тема 2.1 Клиентская база	5	ПК-8.6 З-3	Устный опрос. Индивидуальное задание №1
6	Тема 2.2 Управление контактами	5	ПК-8.6 У-3	Устный опрос. Индивидуальное задание №1
7	Тема 2.3 Управление маркетингом	5	ПК-8.6 В-1	Индивидуальное задание №1
8	Тема 2.4 Управление продажами	5	ПК-8.6 В-2	Устный опрос. Индивидуальное задание №1
Раздел 3. Критерии выбора CRM-системе				
9	Тема 3.1 Типы CRM-систем	5	ПК-8.6 В-3	Устный опрос.
10	Тема 3.2 Совокупная стоимость владения CRM-системой	5	ПК-8.6 В-3	Устный опрос.

РАЗДЕЛ 2 Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся. В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

**Распределение баллов по рейтинговой системе оценивания
по видам учебной деятельности**

Наименование Раздела/Темы	Вид задания					
	ПЗ			Всего за тему	КЗР	Р (CP)
	ЛЗ	УО	ТЗ			
P.1.T.1.1		2		2		2
P.1.T.1.2		2		2		2
P.1.T.1.3		2		2		2
P.1.T.1.4		2		2		2
P.2.T.2.1		2		2		2
P.2.T.2.2		2		2		2
P.2.T.2.3		2		2		2
P.2.T.2.4		2		2		2
P.3.T.3.1		2		2		2
P.3.T.3.2		2		2		2
Итого: 1006		20		20		40

**2.1. Рекомендации по оцениванию индивидуальных заданий
обучающихся**

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся: если выполнены все пункты работы самостоятельно, без ошибок, если предложен более рациональный алгоритм решения задачи.
Хорошо	Выставляется обучающемуся: если самостоятельно выполнены все пункты работы, допущены незначительные ошибки, если предложен более рациональный алгоритм решения задачи.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся: если самостоятельно (или с помощью преподавателя) выполнены все

	пункты работы, допущены грубые ошибки.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся: если с помощью преподавателя выполнены не все пункты работы, допущены грубые ошибки.

* Представлено в таблице 2.1.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 2. Функциональность CRM-систем Индивидуальное задание №1

Настроить программу 1С CRM в соответствии со следующим сценарием:

Менеджер проводит холодный обзвон по клиентской базе. При выявлении интереса клиенту отправляется письмо с информацией о компании и об услугах. На следующий день менеджер перезванивает клиенту, выявляет потребность и после готовит Коммерческое предложение. При формировании предложения на сумму более 100000 рублей нужно уведомить руководителя. После отправки Коммерческое предложение клиент принимает решение, и менеджер оформляет договор и счет, отправляет покупателю. После этого необходимо проконтролировать оплату и оформить отгрузку.

Этапы бизнес-процесса выглядят так:

1. Отправка информационного письма;
2. Подготовка коммерческого предложения;
3. Счет;
4. Отгрузка;
5. Интерес закрыт.

2.2. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале практического занятия преподавателем проводится индивидуальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Вопросы для контроля знаний по разделам дисциплины (защита индивидуальных работ)
Раздел 1. Основная структура CRM-систем	
Тема 1.1 История отношений с клиентами и обмен информацией между сотрудниками	Заполнение и ведение справочников Регистрация нового клиента Поиск двойников клиентов и контактных лиц Анализ полноты заполнения клиентской базы Групповое изменение полей
Тема 1.2 Бизнес-процессы компании	Организация продаж с помощью бизнес-процессов Сегментация клиентов ABC- и XYZ-анализы Метод ABC Метод XYZ
Тема 1.3 Мониторинг качества работы с клиентами	Регистрация контактов с клиентами Получение истории переговоров с клиентом Планирование контактов, календарь, напоминания Анализ контактов
Тема 1.4 Управление качеством	Организация работы с электронной почтой Организация почтовых и электронных рассылок Интеграция с мессенджерами, сервисами отправки SMS Интеграция с телефонией
Раздел 2. Функциональность CRM-систем	
Тема 2.1 Клиентская база	Заполнение и ведение справочников Регистрация нового клиента

Тема 2.2 Управление контактами	Поиск двойников клиентов и контактных лиц Анализ полноты заполнения клиентской базы Групповое изменение полей Регистрация интереса клиента Анализ потребностей клиентов
Тема 2.3 Управление маркетингом	Конверсия «Воронки продаж» Ведение списка источников рекламы Регистрация источников рекламы при обращении клиентов Планирование маркетинговых кампаний Организация маркетинговых мероприятий Организация рассылок Организация телемаркетинга Анализ рекламных кампаний BCG-матрица
Тема 2.4 Управление продажами	Анализ продаж с помощью «Воронки продаж» Подготовка коммерческих предложений Подготовка счетов на оплату Работа с дебиторской задолженностью Анализ продаж, ABC-анализ продаж XYZ-анализ продаж Подготовка коммерческих предложений Подготовка счетов на оплату Работа с дебиторской задолженностью Настройка прав доступа и интерфейсов пользователей
Раздел 3. Критерии выбора CRM-систем	
Тема 3.1 Типы CRM-систем	«Операционный» класс CRM Аналитический CRM Коллaborационный CRM Классификация CRM по размеру бизнеса.
Тема 3.2 Совокупная стоимость владения CRM-системой	Виды лицензий на CRM-системы Основные задачи администрирования

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

- 1.Заполнение и ведение справочников
- 2.Регистрация нового клиента
- 3.Поиск двойников клиентов и контактных лиц
- 4.Анализ полноты заполнения клиентской базы
- 5.Групповое изменение полей
- 6.Сегментация клиентов

7. ABC- и XYZ-анализы
8. Метод ABC
9. Метод XYZ
10. Регистрация контактов с клиентами
11. Получение истории переговоров с клиентом
12. Планирование контактов, календарь, напоминания
13. Анализ контактов
14. Организация работы с электронной почтой
15. Организация почтовых и электронных рассылок
16. Интеграция с мессенджерами, сервисами отправки SMS
17. Интеграция с телефонией
18. Передача информации между сотрудниками
19. Передача текущих дел другому сотруднику
20. Регистрация интереса клиента
21. Анализ потребностей клиентов
22. Организация продаж с помощью бизнес-процессов
23. Анализ продаж с помощью «Воронки продаж»
24. Конверсия «Воронки продаж»
25. Подготовка коммерческих предложений
26. Подготовка счетов на оплату
27. Работа с дебиторской задолженностью
28. Анализ продаж, ABC-анализ продаж
29. XYZ-анализ продаж
30. Ведение списка источников рекламы
31. Регистрация источников рекламы при обращении клиентов
31. Планирование маркетинговых кампаний
33. Организация маркетинговых мероприятий
34. Организация рассылок
35. Организация телемаркетинга
36. Анализ рекламных кампаний
37. BCG-матрица
38. Настройка прав доступа и интерфейсов пользователей
39. «Операционный» класс CRM
40. Аналитический CRM
41. Коллaborационный CRM
42. Классификация CRM по размеру бизнеса.
43. Виды лицензий на CRM-системы
44. Основные задачи администрирования